

# **PENGARUH LOKASI DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO JAYA KLIRONG KABUPATEN KEBUMEN**

**Rois Ardiyanto**

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP

Universitas Muhammadiyah Purworejo

[roisardiyanto269@gmail.com](mailto:roisardiyanto269@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: lokasi terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, lokasi dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan sampling insidental. Penentuan jumlah sampel menggunakan teori dari Roscoe. Sampel untuk penelitian 50. Pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan variabel lokasi tergolong strategis dengan persentase 56%, Variabel kepuasan konsumen tergolong puas dengan persentase 58%, Variabel loyalitas konsumen tergolong tinggi dengan persentase 58%. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan, variabel lokasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 22,46% ( $r = 0,474; r^2 = 0,2246; t_{hitung} = 3,687; sig < 0,05$ ), variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 51,12% ( $r = 0,715; r^2 = 0,5112; t_{hitung} = 7,002; sig < 0,05$ ), Hasil analisis koefisien determinasi ( $R = 0,924; R^2 = 0,924; sig < 0,05$ ). Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat 92,40%, sedangkan 7,60% dipengaruhi variabel lain.

**Kata kunci : lokasi, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.**

## **A. PENDAHULUAN**

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usahapun mengalami perkembangan yang pesat. Tetapi pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha. Dalam menghadapi persaingannya, perusahaan harus mempunyai strategi dan ketegasan langkah yang harus dilaksanakan sesuai dengan sifat dan bentuk pasar yang dihadapinya. Strategi pasar itu salah satunya ialah: lokasi yang strategis serta ditunjang pelayanan yang memuaskan akan mempengaruhi terciptanya loyalitas konsumen. Menurut Basu Swasta dan Irawan dalam Rezki, Rahmad (2014) "Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba". "Secara umum, kepuasan

adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan” (Kotler dan Keller, 2009:177). Setiap perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan usahanya secara maksimal dengan memahami perilaku konsumen, serta lingkungan pemasarnya sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen dan akan terciptanya loyalitas konsumen. Menurut Oliver dalam Kotler dan Keller (2009:175) mendefinisikan “Kesetiaan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku”

Dalam proses penentuan di mana seseorang akan berbelanja terlihat bahwa faktor lokasi dan pelayanan yang memuaskan akan ikut menentukan terciptanya loyalitas konsumen. Masalah yang timbul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Toko Jaya Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. 2. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Toko Jaya Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. 3. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pada Toko Jaya Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk: 1. Mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Toko Jaya Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. 2. Mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Toko Jaya Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. 3. Mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pada Toko Jaya Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. Penelitian

ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu: Endah Paryati tahun 2014 dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Barang Toko Indah Plastik Kebumen”.

## **B. METODE PENELITIAN**

Sesuai dengan permasalahan yang diangkat dan tujuan penelitian, metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah *eks postfacto*, yaitu dari apa dikerjakan setelah kejadian (Sukardi, 2008:165). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen pada bulan April 2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Jaya Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan sampling insidental. Penentuan jumlah sampel menggunakan teori dari Roscoe tentang ukuran sampel untuk penelitian, diperoleh sampel 50 konsumen. Uji instrumen dengan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif menggunakan rerata dan persentasi tanggapan responden. Sedangkan analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi linear ganda. Uji hipotesis menggunakan uji t, uji F dan koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

## **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel lokasi tergolong strategis dengan persentase tertinggi yaitu 56%, Variabel kepuasan konsumen tergolong puas dengan persentase terbesar yaitu 58%, Variabel loyalitas konsumen tergolong tinggi dengan persentase terbesar yaitu 58%.

Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen maka dilakukan analisis regresi ganda. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.107	.561		3.756	.000
X1	.304	.082	.339	3.687	.001
X2	.531	.076	.644	7.002	.000

a. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	223.577	2	111.788	286.432	.000 <sup>a</sup>
Residual	18.343	47	.390		
Total	241.920	49			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.939 <sup>a</sup>	.882	.877	1.55061	.882	175.535	2	47	.000

a. Predictors: (Constant), VAR00002, VAR00001

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa (1) variabel lokasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 22,46% ( $r = 0,474; r^2 = 0,2246; t_{hitung} = 3,687; sig. 0,001 < 0,05$ ).

(2) variabel kepuasan konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 51,12% ( $r = 0,715$ ;  $r^2 = 0,5112$ ;  $t_{hitung} = 7,002$ ;  $sig.0,000 < 0,05$ ) (3) Hasil uji F, dapat diketahui ( $F_{hitung} = 286,432$ ;  $sig = 0,000 < 0,05$  maka signifikan). (4) Hasil analisis koefisien determinasi ( $R = 0,924$ ;  $R^2 = 0,924$ ;  $sig. 0,000 < 0,05$ ). Pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 92,40%, sedangkan 7,60% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan yang dapat diambil adalah pengaruh lokasi dan kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, semua hipotesis yang diajukan diterima.

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Mengenai lokasi, hendaknya disediakan fasilitas-fasilitas yang mendukung seperti ATM, penitipan barang, tempat parkir yang luas dan sebagainya (2) Kepuasan konsumen perlu dijaga, dengan membuat rasa nyaman dengan pelayanan yang memuaskan misal dengan memberikan fasilitas ruangan yang nyaman, pelayanan yang cepat dan tepat, ramah, dan sebagainya. (3) Loyalitas konsumen yang tinggi perlu dipertahankan agar konsumen selalu percaya terhadap Toko Jaya, misalnya dengan meningkatkan fasilitas Toko.

